

令和7年3月31日

一般社団法人 内子町観光協会
代表理事 大西 啓介 様

内子町町並・地域振興課

令和6年度 内子町観光マーケティング調査結果の共有について

標記の件につきまして、別添のとおり令和6年度内子町観光マーケティング調査・分析業務調査結果報告書が仕上がりましたので、共有いたします。

つきましては、貴協会及び協会の皆様において情報共有していただくほか、観光戦略を検討・展開していくうえで参考とさせていただきますよう、お願いいたします。

なお、本調査結果報告書については内子町ホームページにて公開することとしておりますので申し添えます。

－ 概 要 －

(全体的総括)

令和6年度に実施した内子町観光マーケティング調査により、内子町を訪れる日本人観光客は、40歳代から60歳の女性が複数人で来町しているケースが多いことが分かった。

また、町内の二次交通に課題があり、訪問できる域内観光地が限定的となっていることも確認された。

町内に宿泊する観光客の観光消費額は、宿泊費を除く消費額(買い物・食事)だけで日帰り客の約2倍となり、域内経済活性化のためにも観光消費額の高い町内宿泊客の獲得が必要であることが分かる。また、令和5年度と比べて古民家宿の宿泊割合が19.7%から26.8%に伸びている。

外国人観光客では、ヨーロッパだけでなくオセアニアからの観光客が伸びている。さらに、アンケートに回答した外国人観光客の3人に1人は連泊傾向があることも分かり、松山方面(44.7%)と大洲方面(11.8%)からの来町が多い。訪問手段としてR令和5年度に比べてレンタカーとレンタサイクルの比率がそれぞれ10%以上の伸びを示した。

日本人観光客・外国人観光客ともに、最も参考にした情報源は、町や観光協会のホームページからの情報で、ホームページ管理が依然として重要であることが分かる。また、SNSではInstagramを参考としている人が、日本人外国人ともに多い。

1. 日本人対象アンケート結果の概要

(基本情報)

今回の調査は7月20日から11月20日までの4か月間実施した。

調査はWeb回答方式とし、アンケート依頼文書配布とポスター掲示を町内の宿泊施設、公立の観光施設、ビジターセンター、町並み駐車場、道の駅などにおいて行った。

その結果、1,200件の回答があり、うち町内宿泊客が431件、日帰り客が769件(町外宿泊の日帰り旅行客を含む)であった。今回の調査は、アンケートの周知を観光施設だけでなく宿泊施設の協力を得て行ったため、回答全体に占める宿泊客の回答率が高くなっていると考えられる。(観光統計上の内子町内宿泊率は1.2%)

内子町の規模で、アンケートの信憑性確保のために必要な回答数は400件(本

事業受託事業者である調査分析事業者の情報)であり、宿泊客・日帰り客ともに回答数が400件を超えているため、それぞれの旅行系統別にみる傾向は信憑性に足るものとする。

(来町者の傾向)

内子町への来町者は、県内からの日帰り客が最も多く、日帰り客の訪問目的は「観光」のほかに「買い物」や「食事」が多い。

また県外からは様々な都道府県から来町しているが、特に東京都からの来町者割合が全体の11.8%を占め、他府県と比べて有意に多い。さらに、東京都からの来町者は町内に宿泊する者が多く、内子町と豊島区との文化交流都市協定等の行政施策が結実しているのではないかと期待できる。

令和5年度と比べて来町者の傾向は県内からの来客が占める割合が11%増加していることや観光にかかる予算額が総じて減少傾向にあることなどの傾向がみられ、今後の日本人観光客の旅行動向について注目していく必要がある。

また、県内からの旅行者の割合が増えたことにより、訪問回数が「初めて」と回答した人の割合が45%で、令和5年度に比べて9.6%減少したものの四国以外の地域への認知向上が必要となっている。

(参考とする情報源)

来町者の情報源として最も多い回答は「親族・友人」となった。しかしながら、「町や観光協会のホームページ」、「雑誌・ガイドブック」、「SNS」を情報源とする割合も令和5年度に引き続き多くなっている。

さらに、「SNS」の詳細では、「Instagram」が男女年代を問わず最も多い77.5%を占め、「Facebook」や「X(旧Twitter)」の回答も一定数みられる。なお、「YouTube」の回答は前年比4.1%増加している。

(旅行目的)

旅行目的は「歴史・伝統文化・町並み」が最も多く、次いで「自然や村並風景」、「食事」となっている。県内旅行者や日帰り客は「買い物」と回答している割合は男性よりも女性のほうが高い割合を示している。なお、「食事」の回答は性差による顕著な傾向はみられなかった。

訪問場所では「町並み」が最も高い79.4%となったが「道の駅(からり・せせらぎ)」の回答が60.8%と前年比10.5%の伸びを示した。

(交通手段)

来町者の交通手段として最も多い回答は「自家用車・バイク」であった。

「関東」「中部」「北海道・東北」からは「飛行機」と「鉄道」・「レンタカー」を組み合わせて来町している。「近畿」からは「自家用車・バイク」で来町している割合が高く、近畿からは内子町が「自家用車・バイク」圏内であることが分かる。

また、「鉄道」で来町した人に着目して町内での二次交通を確認すると、66.9%の人の町内移動手段は「徒歩」であり、来町手段が「自家用車」や「レンタカー」ではない場合、町内二次交通は、非常に高い割合で徒歩圏内の観光しか行えていないことが推察される。

(観光消費額)

令和6年度の1人あたりの観光予算額は約30,838円であった。日帰り客の平均予算額6,972円であるのに対し、町内宿泊客が44,503円、町外宿泊客が44,167円であった。

また実際の消費額について調査したところ、町内での買い物・お土産については、日帰り客の平均消費額が2,111円であるのに対し、町内宿泊客が3,244円、町外宿泊客が1,176円となった。買い物の選択肢で多かった回答は、令和5年度同様に「1,000円～2,000円」と「2,000円～3,000円」が多くを占め、全体の43.1%となった。

飲食費では、日帰り客の平均消費額が2,580円、町内宿泊客が3,277円、町外宿泊客が1,277円であった。飲食費の回答は「1,000円～2,000円」が多くを占めるものの、町内宿泊客に着目すると3,000円以上を飲食に充てる数が、町内宿泊客全体の52.1%となっている。さらに、町内で宿泊した旅行者の7.9%が町内で飲食していないという回答も着目すべき点である。

町内宿泊客の宿泊消費額の平均は19,341円となっている。

町内での交通費の平均消費額は625円で、支出していないという回答が全体の59.4%を占めている。

入場料その他の消費額については、平均消費額が612円で、支出していないという回答が全体の47%を占めている。

(観光満足度)

8割以上の人々が「大変満足」「満足」と回答しており、全体的な満足度は非常に高い。

系統別では、「宿泊施設」の満足度は89.6%、「飲食店」は77.5%、「観光案内情報」は64.2%、「買い物(お土産)」は64.4%となっている。(いずれも「大変満

足」「満足」の合計)

宿泊施設の満足度は「大変満足」「満足」の合計で 86.9%と非常に高い。観光案内情報については、「大変不満」「不満」「どちらでもない」の合計が 16.5%となっており不満足度の割合が他の項目より相対的に高いため、観光案内情報の更なる充実が必要と考えられる。

2. 外国人アンケート結果の概要

(基本情報)

今回の調査は7月20日から11月20日までの4か月間実施した。調査はWeb回答とし、アンケート依頼文書配布とポスター掲示を町内の宿泊施設、公立の観光施設、ビジターセンター、町並み駐車場、道の駅などにおいて行い、76件の回答を得た。公立観光施設の入館者数などから、内子町の外国人観光客は韓国や台湾などの東アジア圏からの旅行者が多いことが分かっているが、本アンケートに回答して頂いた東アジア圏の観光客は少数であった。

(来町者の傾向)

回答者のうちヨーロッパ 44.7%、オセアニア 26.3%、アジア 18.4%となっている。

内子町での滞在期間は、1日が 61.8%で3日以上滞在は 6.6%となった。

(参考とする情報源)

情報源は「町や観光協会のホームページ」が 31.6%と最も多くを占め、次いで SNS の 26.3%となっている。

また、SNSではYouTubeが 40%、Instagramが 25%となった。但し、今年度の回答者のうちSNSが占める割合が全回答者の 26.3%とサンプルが少ないため、InstagramよりYouTubeの方が効果的とは言いきれない。

(内子に来る前の観光地)

内子町へは、松山(44.7%)からと大洲(11.8%)からのルートで来ている人がほとんどで、交通手段はJRが 38.2%、レンタカーが 28.9%、自転車・レンタサイクルが 23.7%となった。

(観光満足度)

内子町を他の人へ推奨したいという意向は中立者を含め 80%を超えている。さらに、内子町の再来訪意向も「強く思う」「やや思う」の合計で 82.9%である。